

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era new normal saat ini mengalami perkembangan yang begitu cepat diberbagai bidang, salah satunya yaitu dibidang olahraga. Adanya Covid-19 membuat kesadaran masyarakat terhadap dunia olahraga meningkat dan berkembang pesat. Olahraga tidak hanya untuk memenuhi kesehatan jasmani agar tubuh tetap sehat dan mengurangi resiko penyakit, tetapi juga untuk meningkatkan prestasi dibidang olahraga. Hal ini terlihat dari berkembangnya sarana olahraga seperti lapangan futsal, lapangan sepakbola, lapangan basket, jogging track di perumahan, dan lain sebagainya.

Futsal merupakan satu diantara cabang olahraga yang saat ini sangat diminati oleh seluruh masyarakat. Futsal adalah olahraga beregu yang dimainkan oleh dua tim, yang masing - masing beranggotakan lima orang, sehingga harus ada kerjasama antar pemain untuk menghasilkan kemenangan. Menurut Badaru (2017:6) mengemukakan bahwa futsal berasal dari bahasa Portugis "*Futebol de salao*", dan bahasa Spanyol "*Futbol sala*", *Futebal* berarti sepak bola, sedangkan *Sala* berarti ruangan. Jika diterjemahkan maka futsal berarti sepakbola dalam ruangan. Sedangkan menurut Naser & Ali (2016) pengertian futsal adalah sebuah versi sepakbola yang dimainkan di dalam ruangan lima melawan lima (satu penjaga gawang dan empat sebagai pemain) yang telah disetujui oleh badan pengatur sepak bola internasional atau yang biasa kita sebut "*Federation International de Football Asosiasi (FIFA)*". Futsal memang tidak jauh berbeda dengan

sepakbola pada umumnya. Ada sedikit perbedaan mendasar yaitu pola permainan, pengaturan serangan maupun bertahan, ukuran lapangan lebih kecil dibandingkan lapangan sepakbola, ukuran bola lebih kecil dan gawang juga lebih kecil, dapat dimainkan di dalam ruangan maupun diluar ruangan.

Kini masyarakat mulai selektif dan smart dalam memilih produk terutama pada sepatu untuk menunjang kegiatan olahraga dan tidak dapat dipisahkan dari seseorang olahragawan. Hal ini menyebabkan persaingan industri sepatu olahraga yang begitu ketat karena persaingan sekarang tidak hanya terbatas secara lokal, nasional, tetapi juga internasional yang bersaing untuk menguasai pangsa pasar di Indonesia. Beberapa produsen sepatu olahraga besar seperti Nike, Adidas, Specs, Reebok, Puma, dan lainnya. Untuk memenangkan persaingan, sebuah perusahaan harus memasarkan produk - produk terbaik dan mampu memenuhi selera konsumen yang terus berubah dan berkembang. Maka sangat penting bagi perusahaan untuk memahaminya karena mempengaruhi bagaimana konsumen memilih merek mana yang dia minat dan akan dibeli. Keputusan pembelian yang diambil konsumen mempresentasikan seberapa besar minat beli konsumen pada suatu produk.

Dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, kualitas produk sangat penting untuk memenangkan persaingan di pasar. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (menurut Earvano (2018 : 16)). Kualitas produk yang tinggi dengan kelengkapan produk dan keunggulan yang ditawarkan akan dapat

memuaskan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan minat beli konsumen dan merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan. Oleh karena itu, setiap produk harus mempunyai keunggulan dengan memberikan nilai yang tinggi terhadap konsumen dan dalam mencapai nilai tersebut, maka penting untuk menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen.

Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen (menurut Elza (2021 : 16)). Oleh karena itu, perusahaan diharapkan membuat produk yang memiliki keunggulan dari para pesaing sehingga dapat menjadi pilihan konsumen dibandingkan dengan produk pesaing lainnya. Desain yang unik dan menarik dapat menjadi ciri khas dari suatu produk. Karena konsumen dihadapkan pada pilihan – pilihan produk yang ditawarkan, maka dengan desain yang unik dan menarik konsumen akan berminat untuk membeli produk tersebut.

Banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus teliti dalam menetapkan harga. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa (menurut Aldin (2017 : 31)). Harga merupakan faktor penting dalam minat pembelian konsumen, karena konsumen akan membeli suatu barang apabila model dan manfaat yang diperoleh sebanding dengan jumlah uang yang dikeluarkan. Jadi kualitas dan harga adalah variabel paling penting bagi konsumen untuk meningkatkan minat beli suatu produk. Apabila produk memenuhi harapan konsumen, maka

berapapun harga produk tersebut tidak menjadi masalah bagi konsumen.

Konsumen cenderung membeli kembali produk yang sama jika dibuat dengan kualitas produk, desain produk dan harga yang sangat baik. Sebaliknya, jika kualitas produk, desain produk dan harga suatu produk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan beralih membeli barang jenis lain. Standar kualitas diperlukan untuk menghasilkan produk yang diinginkan dengan kualitas yang diinginkan. Dengan melakukan ini, dimungkinkan untuk mempertahankan standar produksi dan memastikan bahwa pelanggan terus memiliki kepercayaan pada produk yang dikeluarkan.

Minat beli ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap produk. Minat beli ulang sangat dipengaruhi oleh kualitas produk, desain produk dan harga yang ditawarkan. Setelah melakukan pembelian dan menggunakan suatu produk, kebahagiaan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk tersebut. Menurut Edi Winata (2020), produk berkualitas tinggi memiliki nilai kepuasan yang rumit dan desain produk merupakan komponen pencipta citra produk. Selain itu bisnis menjadi semakin sadar akan nilai pemasaran dari desain produk terutama desain visualnya. Warna dan kualitas produk adalah dua aspek desain produk yang sangat penting. Semakin terjangkau harga suatu produk, baik kualitas yang nyaman maupun desain produk yang menarik maka akan semakin besar minat beli ulang konsumen.

Klub Berlian Jaya merupakan Klub Futsal yang berada di Sidoarjo yang berdiri sejak tanggal 1 September 2021 dan mempunyai Visi dan Misi mencetak pemain futsal yang

berstandar dunia. Klub Berlian Jaya ini beralamat di Jl. Teuku Umar II No.2, Gajah Timur, Magersari, Kec. Sidoarjo, Jawa Timur, 61212, Indonesia. Klub Berlian Jaya membuka tiga kelas pelatihan yakni kategori wanita usia umum, kategori junior usia 10 - 16 tahun, dan kategori senior usia 17 - 21 tahun. Meski tergolong baru, Klub Berlian Jaya ini langsung banjir peminat. Tercatat hingga saat ini mencapai 60 peserta didik yang telah terdaftar di Klub Berlian Jaya. Sangat tidak menutup kemungkinan bahwa yang mendaftar akan semakin banyak seiring melihat minat dan antusias dari anak - anak dan remaja yang menekuni olahraga futsal.

Pada bulan Desember tahun 2022 ini diadakan Liga Internal Futsal Sidoarjo (LIFS) yang bertujuan untuk mencari bibit - bibit pemain regenerasi tim futsal Sidoarjo di PorProv 2023. Dengan adanya Liga tersebut, para peserta didik Klub Berlian Jaya Sidoarjo terlihat semangat dan mulai memilih produk sepatu yang nyaman untuk dikenakan ketika latihan maupun pertandingan agar terhindar dari cedera. Sebagian peserta didik Berlian Jaya banyak yang membeli dan menggunakan sepatu futsal Specs untuk memenuhi kebutuhan latihan dan pertandingan futsal. Hal tersebut dilakukan karena sepatu futsal Specs merupakan sepatu yang nyaman untuk dikenakan. Selain nyaman sepatu Specs juga memiliki harga yang ramah, memiliki kualitas yang baik, dan desain yang menarik. Sepatu futsal specs ini dibuat dari material yang ringan dan fleksibel sehingga nyaman dikenakan, tampilan yang ramping dan didesain dengan warna yang unik dan keren dengan paduan warna yang kontras, insole yang tinggi dan berkualitas, outsole rubber berkualitas tinggi yang bisa mendukung peserta didik dalam mengontrol bola dan menjaga stabilitas di lapangan. Sepatu

futsal specs cocok untuk dipakai dilapangan rumput alami dan sintetis maupun di lapangan indoor. Sepatu futsal specs ini awet dan tahan lama, bahkan cocok untuk pemula. Maka dari itu, peserta didik Klub Berlian Jaya banyak yang memakai sepatu futsal specs tersebut. Karena menurut mereka sepatu specs merupakan sepatu yang cocok untuk latihan maupun pertandingan dan dapat mendukung pergerakan di lapangan agar terhindar dari cedera.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk diteliti dengan judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Futsal Specs Pada Peserta Didik Klub Berlian Jaya Sidoarjo.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.2.1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang sepatu futsal Specs pada Peserta Didik Klub Berlian Jaya Sidoarjo ?
- 1.2.2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap minat beli ulang sepatu futsal Specs pada Peserta Didik Klub Berlian Jaya Sidoarjo ?
- 1.2.3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang sepatu futsal Specs pada Peserta Didik Klub Berlian Jaya Sidoarjo ?
- 1.2.4. Apakah kualitas produk, desain produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang sepatu sepatu futsal Specs pada Peserta Didik Klub Berlian Jaya Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian rangkaian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1.3.1. Untuk mengetahui Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang sepatu futsal Specs pada Peserta Didik Klub Berlian Jaya Sidoarjo
- 1.3.2. Untuk mengetahui Apakah desain produk berpengaruh terhadap minat beli ulang sepatu futsal Specs pada Peserta Didik Klub Berlian Jaya Sidoarjo
- 1.3.3. Untuk mengetahui Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang sepatu futsal Specs pada Peserta Didik Klub Berlian Jaya Sidoarjo
- 1.3.4. Untuk mengetahui Apakah kualitas produk, desain produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang sepatu futsal Specs pada Peserta Didik Klub Berlian Jaya Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang dapat diperoleh, diantaranya adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang Ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kualitas, harga, desain produk dan minat beli ulang produk.
2. Sebagai studi banding atau bahan referensi, khususnya bagi pihak yang akan mengadakan penelitian sejenis.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para peserta didik Klub Berlian Jaya untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi dan untuk menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis.

2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran untuk mengembangkan ilmu manajemen khususnya dalam bidang pemasaran.
- b. Sebagai tambahan referensi pada perpustakaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai kajian literatur bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian sejenis.

3. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan, pengalaman dan menerapkan pengetahuan teori yang diperoleh selama studi di jurusan manajemen (pemasaran).